

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Sebagai dasar kajian penelitian ini maka penulis terlebih dahulu menjelaskan kajian teori sesuai dengan permasalahan yang terdapat didalamnya teori adalah sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan-hubungan konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena.¹⁴ Kerangka teoritis merupakan dasar berpikir untuk mengkaji dan menjelaskan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

Agar masalah dalam penelitian ini mudah dipahami, maka diperlukan tinjauan para ahli kerangka teori yang berkenaan dengan penelitian yang diteliti, dapat di lihat sebagai berikut:

1. Komunikasi

Secara etimologi, Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communico* yang berarti membagi. Yang dimaksud dengan membagi yaitu membagi gagasan, idea atau pikiran antara seseorang dengan orang lain. *Communico* berakar dari kata *Communis* yang berarti sama, sama arti atau sama makna. Dalam komunikasi, hakekatnya terkandung kesamaan makna atau kesamaan pengertian. Tidak ada kesamaan kesamaan pengertian diantara mereka yang melakukan komunikasi, komunikasi tidak akan berlangsung. Tegasnya tidak ada komunikasi.¹⁵

¹⁴Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008).Hal. 49.

¹⁵Shoelhi Mohammad, *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*, (Bandung: Sembera Rekatama Media, 2004).Hal. 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara Terminologis, para ahli komunikasi mendefinisikan komunikasi dari berbagai perspektif, yaitu perspektif filsafat, sosiologis, dan psikologis. Sementara itu menurut Charles Choley membuat definisi komunikasi sebagai berikut, “ Komunikasi adalah mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia dan mengembangkan semua lambang pikiran bersama-sama dengan sarana tertentu dan menyiarkanya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu.¹⁶

2. Humas

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlakukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama seperti Gerakan Nasional Orang Tua (GN-OTA) pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “banjir informasi” seperti saat ini.¹⁷

Peranan humas dalam sebuah organisasi berkaitan dengan tujuan utama dan fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan atau pencapaian suatu tujuan pokok dari organisasi atau lembaga dan biasanya berkaitan dengan memanfaatkan berbagai potensi sumber daya yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga tersebut.¹⁸

¹⁶Ibid, 3.

¹⁷ M. Linggar Anggoro. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. (Jakarta : PT. Bumi Aksara. 2001. Hal 1

¹⁸Rosady Ruslan, *PR dan komunikasi metode penelitian*. (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006),¹²

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Humas dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak. Sedangkan humas dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kerja (*work organization*) dengan tujuan untuk kegiatan bekerja dengan semangat yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas.¹⁹

Humas menurut Cutlip Center Broom dalam bukunya “*Effective Public Relations*” menyatakan humas merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara orang dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.²⁰

Hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian yang biasa dikenal sebagai *technique of communication* atau “teknik komunikasi” dan sebagai *method of communication* atau “metode komunikasi”.

a. Hubungan masyarakat sebagai teknik komunikasi

Telah ditegaskan bahwa hubungan masyarakat itu merupakan kegiatan dalam melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan didalam organisasi dengan jalan berkomunikasi. Komunikasi yang dilakukan tertentu tidak sembarangan, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi Ilmu Komunikasi. Dalam pengertian ini humas merupakan tugas semua Pimpinan organisasi, apakah organisasi itu berbentuk jawatan, perusahaan dan sebagainya, memiliki publik internal dan publik eksternal sebagai sasaran kegiatan.

¹⁹ Onon Effendy Uchjana. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 1972) Hal. 20

²⁰ Cutlip. M. Scott. dkk. *Effektive Public Relations* (Jakarta: Kencana. 2009). Hal. 45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam sebuah organisasi yang tidak dilengkapi dengan bagian Humas, tidak berarti tidak ada kegiatan kehumasan, karena yang melakukannya adalah Pimpinan organisasi itu sendiri.

b. Hubungan Masyarakat sebagai Metode Komunikasi

Humas sebagai metode komunikasi sering disebut humas sebagai lembaga (*public relations as state of being*). Humas sebagai lembaga umumnya hanya terdapat pada organisasi-organisasi besar karena kegiatan berkomunikasi dengan publik tidak mungkin dilakukan oleh si pemimpin organisasi sendiri.

Seperti telah dijelaskan, kegiatan humas sebenarnya harus dilaksanakan oleh Pemimpin organisasi sendiri. Akan tetapi, oleh karena publik yang menjadi sasaran kegiatan terlalu banyak jumlahnya, baik yang berada didalam maupun diluar organisasi, maka dibentuklah suatu bagian khusus untuk melaksanakan kegiatan itu, dengan nama bagian humas, seksi humas, biro humas, urusan humas atau istilah-istilah lain sesuai dengan struktur organisasi bersangkutan. Jadi, teknik-teknik komunikasi yang seharusnya dilakukan oleh Pemimpin organisasi, kini dilembagakan dengan seseorang yang ditugaskan untuk mengepalainya dan lazim disebut Kepala Hubungan Masyarakat yang disingkat sebagai Kahumas terjemahan dari Public Relations Officer yang biasa disingkat PRO.²¹

Humas merupakan perantara antara pimpinan dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi atau perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan, keinginan-keinginan publik sebagai sasarannya. Humas adalah hubungan yang terbuka dengan masyarakat. Humas memasyarakatkan kebijakan

²¹Onong Ucjhana Effendy, *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 18-19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mempengaruhi pendapat masyarakat, atau suatu penyebaran pengaruh secara sadar dan terencana.²²

Dari penjelasan diatas dapat penulis Simpulkan Humas merupakan hubungan komunikasi yang terbuka dengan masyarakat atau perantara antara pemimpin dan publiknya baik dalam internal maupun eksternal, yang memberikan pengaruh terhadap pabliknya atau masyarakat. Walaupun didalam sebuah organisasi tidak memiliki humas, tidak berarti tidak menjalankan kegiatan kehumas, akan tetapi kehumasan di dilaksanakan oleh pemimpin organisasi atau sekertaris pimpinan yang menjalankan fungsi humas.

Secara struktural, fungsi humas dalam sebuah organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat di pisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Dalam mengatasi masalah humas akan menjalankan fungsinya yaitu kepentingan menjaga nama baik dan citra organisasi atau perusahaan agar organisasi atau perusahaan selalu dalam posisi yang menguntungkan. Salah satu metode yang digunakan adalah dengan cara-cara edukatif, informatif yang mengandung arti suatu ajakan atau himbauan bukan berupa paksaan.²³

a. Pokok Tugas Humas

Pokok tugas humas sehari-hari adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tulisan, melalui gambar (Visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan;
2. Monitor, merekam dan megevaluasi tanggapan serta pendapat umum suatu masyarakat;
3. Memperbaiki citra perusahaan;

²²Onong Ucjhana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006). Hal 20.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi : konsepsi & Aplikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2003). Hal. 131

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tanggung jawab sosial (*social responsibility*), humas merupakan instrumen yang bertanggung jawab tersebut, terutama kelompok *public internal, public eksternal dan pers*;
5. Komunikasi, tujuan *public relation* atau humas untuk mempengaruhi publik, salah satunya sejauhmana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi yang diwakili tersebut. Dalam konsepnya, fungsi *public relations* ketika menjalankan tugas oprasional, baik sebagai komunikator, mediator maupun organisator.²⁴

Aktivitas humas sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*to way communication*) antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan. Jadi, kegiatan humas tersebut sangat erat hubungannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.²⁵

Menurut Bernays dalam buku Ruslan mengatakan bahwa hubungan masyarakat mempunyai tiga pengertian yaitu:²⁶

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat;
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung;
3. Usaha pengintegrasian sikap dan tindakan dari instansi pemerintah dengan masyarakat dan lembaga pemerintahan.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan seseorang humas ditugaskan untuk memberikan penjelasan yang berpengaruh baik secara internal maupun eksternal selanjutnya mampu menganalisis, menasehati dan mempunyai wawasan

²⁴ AssumpatRumanti SR. *Dsar-dasar Public Relations : Teoridanpraktik*. (Jakarta : Gramediawidisarana Indonesia. 2002) Hal. 38

²⁵Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008). Hal 1

²⁶*Ibid*.Hal. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang luas guna untuk meningkatkan suatu lembaga, adapun ciri-ciri humas itu sendiri.²⁷

1. Komunikasi yang dilakukan berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi penggiatan persuasi dan pengkajian pendapat umum.
3. Tujuan yang hendak di capai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
4. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

Dari penjelasan diatas dapat dijabarkan bahwa seorang humas harus mampu mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan yang baik yang saling menguntungkan atau hubungan timbal balik antara organisasi dengan publiknya sebagai basis moral dan etis dari profesi humas. Dalam kehidupan berorganisasi humas sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi.

b. Proses Humas

Proses humas sangat tergantung dari input informasi, karena bidang humas adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia yang membutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, serta data yang dapat mengubah sikap manusia atau kelompok manusia secara efektif. Proses humas selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berdasarkan prosesnya ada empat langkah yang bisa dilakukan dalam proses Humas sebagaimana yang diajukan oleh cuplip dan center sebagai berikut:

1. Defenisikan permasalahan

Dalam tahap ini humas perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu humas perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap dan prilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan. Tahap ini merupakan

²⁷ Onong Ucjhana Effendy, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006), Hal. 132

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerapan atau fungsi intelegen perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh seorang humas setiap saat secara *continue* bukan hanya pada saat krisis terjadi.

2. Perencanaan dan Program

Pada saat ini seorang humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. Pada tahap ini penting bagi humas mendapatkan dukungan penuh dari pimpinan puncak perusahaan karena besar kemungkinan keikutsertaan banyak bagian.

3. Aksi dan Komunikasi

Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan / kegiatan sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan. Pada tahapan ini aksi dan komunikasi harus dikaitkan dengan *objektive* dan *goals* yang spesifik.

4. Evaluasi Program

Proses humas selalu dimulai dari mengumpulkan fakta dan diakhiri pula dengan pengumpulan fakta. Untuk mengetahui prosesnya sudah selesai atau belum, seorang humas perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil maka tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan dimasa lalu. Penyesuaian dapat dibuat dalam program yang sama, atau setelah suatu masa berakhir.²⁸

Dalam tahapan ke empat ini humas harus menjalankan semua tahapan secara lengkap karena tahapan-tahapan tersebut tahapan terpenting dalam humas.

²⁸ HAW. Widjaja. *Ilmu Komunikasi Pengantar*. (Jakarta : Rineka Cipta. 2010). Hal. 55

c. Fungsi Humas

Fungsi dari humas tidaklah akan terlepas begitu saja kaitanya dengan kegiatan humas. Karena melalui kegiatan humas itu dapat secara jelas langsung diketahui mengenai fungsi apa saja yang dilakukan oleh kegiatan humas itu, baik dalam bentuk kegiatannya dalam bentuk eksternal maupun internal.²⁹

Keberhasilan humas pada suatu organisasi atau perusahaan pada dasarnya bergantung pada apa yang dilakukan atau dikatakan pimpinan organisasi atau perusahaan bersangkutan. Ketika pimpinan perusahaan berbuat atau berbicara maka timbul *interpretasi publik* atau pesan yang disampaikan. Pesan tersebar luas karena adanya fungsi humas.³⁰

Fungsi humas dapat diartikan sebagai kegiatan pelaksanaan tugas-tugas dan fungsi pokok dalam sistem.³¹

Fungsi humas menurut Cultip & Center dan Canfield dalam Ruslan pada bukunya ‘*Manajemen Humas dan Manajemen komunikasi (konsep dan aplikasi)*’ fungsi humas yaitu :³²

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi);
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran;
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini , persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap lembaga/organisasi tersebut;
4. Melayani keinginan masyarakat dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama;

²⁹ H.R Danan Djaja. *Peran Humas Dalam Perusahaan*. (Bandung, Offset Alumni, 1985).Hal.12

³⁰ Morissan, M.A. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. (Jakarta : Kencana. 2008). Hal. 91

³¹ HAW. Widjaja. *Ilmu Komunikasi*. (Jakarta : RinekaCipta. 2000). Hal. 57

³² Rosady Ruslan, *ManajemenPublik Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers. 2012.Hal.19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, pulikasi serta pesan dari badan/organisasi kepada publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Dari uraian diatas jelas bahwa kegiatan utama dari humas adalah mewakili top manajemen suatu organisasi hal ini merupakan bentuk kegiatan *two ways communications* sebagai ciri khas dari fungsi dalam peranan humas, begitu juga yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu .karena salah satu tugas dari seorang humas adalah bertindak sebagai narasumber informasi (*source of information*) dan merupakan sasaran informasi (*channel of information*).

Sehubungan peranan komunikasi tersebut didalam suatu aktivitas manajemen organisasi/lembaga maka pejabat-pejabat humas akan melakukan fungsi manajemen perusahaan. Secara garis besar aktivitas utamanya³³ berperan sebagai berikut:

- a. Komunikator

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoke person*) atau tatap muka sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

- b. Relationship

Relationship adalah kemampuan humas dalam membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan *public internal* maupun *eksternal*. Juga berupa menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan kerja sama dan toleransi keduabelah pihak.

³³Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi & Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003).Hal. 26-27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Back up management*

Dalam hal ini praktisi humas ditugaskan untuk melaksanakan dukungan atau penunjang kegiatan lain seperti : manajemen pemasaran, promosi, operasional, personalia dan lainnya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka pokok tujuan perusahaan maupun organisasi.

d. *Good Image Marker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas public relations dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produksi yang diwakilinya.

Dalam hal ini humas dituntut untuk mampu menciptakan suatu citra yang baik bagi perusahaan kepada publiknya untuk mendapatkan citra yang diharapkan.

3. Program Sadar Wisata

a. Sadar Wisata

Sadar wisata adalah pengertian yang mendalam pada orang, seorang atau sekelompok orang yang terwujud dalam pemikiran, sikap dan tingkah laku yang mendukung pengembangan pariwisata.³⁴ Jadi dapat di simpulkan bahwa pemberian sosialisasi sadar wisata memiliki tujuan: meningkatkan kadar pemahaman msyarakat tentang peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu secara sadar dan bertanggung jawab, berperan serta dalam mencapai sasaran pengembangan pariwisata, menggalang sikap dan prilaku masyarakat untuk menjadi tuan rumah yang baik.

Program sadar wisata merupakan salah satu inovasi, yang didefinisikan sebagai sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif

³⁴ Trisna Eka Putri, I. A dan N.M. Ariani ‘ ‘Penerapan Sadar Wisata dan Penguatan Citra Wisata Melalui Penanaman Tanaman Upakara di Kerambitan Kabupaten Tabanan’’, Jurnal Udayana Mengabdi Vol. 10, No. 2 (2011). Hal. 91.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengembangan kepariwisataan di suatu wilayah/tempat. Partisipasi dan dukungan masyarakat tersebut terkait dengan penciptaan kondisi yang mampu memndorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, dengan intern pokok sapta pesona yang mengusung unsur keamanan, kebersihan, ketertiban, kenyamanan, keindahan, keramahan, dan unsur kenangan.³⁵

Dalam hal ini sapta pesona merupakan jabaran konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh kembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur keamanan, ketertiban,kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan.

Konsep sadar wisata menurut sunaryo pada intinya memiliki dua misi atau sasaran utama, yaitu:

1. Mendorong masyarakat untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh dan kembangnya kegiatan kepariwisataan (masyarakat sebagai tuan rumah yang baik.
2. Mendorong masyarakat untuk menjadi pelaku dan pekerja di sector kepariwisataan yang ada di wilayahnya.³⁶

Penulis dapat menyimpulkan bahwasanya Sadar wisata diartikan sebagai konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukugan segenap komponen masyarakat dalam mendorong dan mendukung kegiatan kepariwisataan yang dapat memberikan iklim yang kondusif dan meningkatkan perekonomian masyarakat ataupun pendapatan asli daerah.

Program sadar wisata merupakan bentuk upaya pemerintah menarik minat masyarakat baik kepada masyarakat lokal maupun masyarakat

³⁵ Ayat Taufik Arevin, “Perencanaan dan Rancangan Program Penyuluhan Sadar Wisata Bagi Pengelola Usaha Rumah Makan Di Kota Bogor”, Panorama Nusantara Edisin III/ Juli-Desember 2007. Hal. 63

³⁶ Hurul Aini, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Unggulan Hapanasan Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Rokan Hulu”, Jurnal Jom Fisip Vol. 2, No. 1 (Februari 2015).Hal. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

luar. Sehingga program sadar wisata tersebut mampu menciptakan industri pariwisata untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal dan pemerintah daerah. Program sadar wisata ini bermaksud memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kekayaan daerah Kabupaten Rokan Hulu dibidang pariwisata.³⁷

Dengan adanya pengetahuan yang telah dimiliki oleh masyarakat hal ini akan menjadi informasi dari mulut kemulut untuk disampaikan kepada orang lain bahwasanya di Kabupaten Rokan Hulu terdapat banyak wisata yang memiliki potensi yang wajib di kunjungi.

4. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan salah satu fungsi komunikasi sebagai produksi dan pengetahuan untuk mengendalikan perilaku anggota masyarakat agar tetap sesuai dengan apa yang menjadi perilaku kelompoknya. Jadi sosialisasi dalam hal ini dilakukan dengan cara mengkomunikasikan kepada publiknya.³⁸

Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (*social control*), apabila suatu masyarakat ingin berfungsi efektif, maka para anggota masyarakat harus berperilaku sesuai dengan nilai dan norma sosial yang mengatur pola hidup dalam masyarakat tersebut. Dalam sosialisasi yakni individu-individu menjadi anggota masyarakat dikendalikan sehingga tidak melakukan perilaku menyimpang. Sosialisasi adalah membentuk kebiasaan, keinginan, dan adat istiadat.³⁹

a. Bentuk Sosialisas

1. Sosialisasi Primer

³⁷ Muhammad Hanafi, ‘*Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Pada Objek Wisata Air Panas Hapanasan*’, Jurnal Jom Fisip Vol. 3, No. 1 (Februari 2016).Hal. 10.

³⁸ Aceng Abdullah. *Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006. Hal. 31

³⁹ Syahril Syarbaini Rusdiyanta, *Dasar-Dasar Sosiologi*, edisi pertama, cetakan pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009). Hal 95.

Sosialisasi primer adalah suatu proses sosialisasi yang mengedepankan dan memperkenalkan suatu bentuk kepada masyarakat dengan tujuan untuk dikenali identitasnya dan keberadanya.

2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses resosialisasi seseorang diberi identitas yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi, seseorang mengalami “pencabutan” identitas diri yang lama.⁴⁰

b. Tipe Sosialisasi

Setiap kelompok masyarakat memiliki standard an nilai yang berbeda-beda. Perbedaan standar dan nilaipun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada.

Ada dua tipe sosialisasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara.

2. Informal

Sosialisasi ini terdapat dalam masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti diantara teman, sahabat, sesama anggota klub dan kelompok-kelompok sosial yang ada didalam masyarakat.

Baik sosialisasi formal maupun informal tetap mengarah pada pertumbuhan pribadi humas agar sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan. Dalam lingkungan formal seperti di lembaga, perusahaan atau khalayak seseorang humas yang berinteraksi dengan pihak-pihak tersebut. Dalam interaksi tersebut ia mengalami proses sosialisasi, humas akan

⁴⁰ Soekanto. *Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Masyarakat*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada 1993). Hal. 278

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diasarkan tentang peranan apa yang harus dirinya untuk menilai diri sendiri. Meskipun proses sosialisasi dipisahkan secara formal dan informal. Namun hasilnya sangat sulit dipisahkan karena individu biasanya mendapatkan sosialisasi formal dan informal sekaligus.⁴¹

c. Proses dan Tujuan Sosialisasi

Proses sosialisasi pada hakikatnya adalah proses belajar sosial mengenai tingkah laku yang diharapkan oleh masyarakatnya. Melalui proses sosialisasi seseorang atau sekelompok orang menjadi mengetahui dan memahami bagaimana ia atau mereka harus bertingkah laku di lingkungan masyarakatnya. Dalam arti luas proses sosialisasi adalah proses komunikasi dan proses interaksi yang dilakukan oleh seorang individu selama hidupnya sejak lahir sampai dengan meninggal. Dalam proses sosialisasi dilakukan oleh dua pihak, yaitu: pihak yang melakukan sosialisasi dan pihak yang disosialisasi. Proses sosialisasi dilakukan oleh anggota-anggota atau warga masyarakat baik secara sadar atau tidak secara sadar.

Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola-pola nilai dan tingkahlaku, dan ukuran kepatuhan tingkahlaku di dalam masyarakat di mana ia hidup.⁴²

Di pihak lain, proses sosialisasi juga dilakukan atas dasar kesamaan atau kooperasi antara pihak yang melakukan sosialisasi dengan pihak yang disosialisasi. Proses ini disebut proses sosialisasi Ekualitas. Sosialisasi Ekualitas merupakan proses sosialisasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki kedudukan sederajat. Dalam proses ini tidak ada proses “Paksaan” dengan menggunakan otoritas dari pihak yang disosialisasi, melainkan pihak

⁴¹ Soekanto. *Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Masyarakat*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1993). Hal. 283

⁴² Abdulsyani, *Sosiologi Sekematika, Teori, Terapan* (Jakarta: PT Bumi Aksara 2002). Hal 57.

yang disosialisasikan di ajak untuk memasuki suatu hubungan kerja sama secara koordinatif dan kooperatif.⁴³

Melalui proses sosialisasi seseorang atau sekelompok orang menjadi mengetahui dan memahami bagaimana ia atau mereka harus bertingkah laku dilingkungan masyarakatnya; juga mengetahui, dan menjelaskan hak-hak dan kewajiban berdasarkan peranan-peranan yang dimilikinya.⁴⁴

B. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang relavan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan Apri Sari Wahyuni (2016) tentang “Implementasi Fungsi Humas Dalam Mensosialisasikan Program BPJS Ketenaga Kerjaan KACAB II Riau Kepada Tenaga Kerja Informal Di Pekanbaru”

Indonesia memiliki dua program publik yang memberikan perlindungan bagi seluruh rakyat indonesia yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Namun realitanya masyarakat lebih familiar dengan BPJS Kesehatan masih banyak masyarakat yang menyadari pentingnya sebuah perlindungan kerja. BPJS Ketenaga Kerjaan yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja formal maupun informal. Dari latar belakang penelitian ini maka penulis merumuskan permasalahanya “Bagaimana implementasi fungsi humas dalam mensosialisasikan program kepada tenaga kerja informal di Pekanbaru”. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang datanya diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini berjumlah tiga orang. Observasi dilakukan dengan melihat apakah masyarakat khususnya tenaga kerja informal mengetahui tentang BPJS Ketenagakerjaan. Dokumentasi didapat dari kantor BPJS Ketenagakerjaan seperti majalh dan foto-foto. Hasil dari penelitian ini adalah pengawasan BPJS Ketenaga kerjaan Kacab II Riau telah mengimplementasi fungsi humas sebagai fasilitator komunikasi, teknis

⁴³Elly M. Setiadi, *Pengantar Sosiologi* (Jakarta : Kencana, 2011). Hal 157-164

⁴⁴ Elly M. Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala, Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahannya* (Jakarta : Kencana, 2011). Hal 157.

komunikasi menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik baik publik internal maupun eksternal. (Apri Sari Wahyuni 2016).

2. Penelitian yang dilakukan Maisyarah (2015) tentang “Strategi BHABINKAMTIBMAS Polsek XIII Koto Kampar Sebagai Pelaksana Fungsi Humas Dalam Mensosialisasikan Program KAMTIBMAS”

Bhabinkamtibmas merupakan suatu unit ditingkat polsek XIII Koto Kampar yang mengemban tugas humas untuk menyelenggarakan, penyuluhan bagi masyarakat tentang keamanan, ketertiban masyarakat yang mampu menolak, menangkal mencegah dan menanggulangi terjadinya gangguan keamanan, ketertiban masyarakat. Dari latar belakang penelitian ini maka penulis merumuskan permasalahannya “ Bagaimana strategi Bhabinkamtibmas Polsek XIII Koto Kampar sebagai Pelaksana fungsi Humas dalam mensosialisasikan program kamtibmas. Alat pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah enam (6) orang. Metode yang digunakan adalah metodologi deskriptif Kualitatif. Dari hasil analisis pada permasalahan yang dikaji oleh penulis strategi yang dilaksanakan oleh Bhabinkamtibmas Polsek XIII Koto Kampar dalam mensosialisasikan program kamtibmas yaitu dengan menggunakan empat (4) tahap yakni pengumpulan fakta, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Strategi yang digunakan yaitu dengan melakukan penyuluhan, pembinaan, kerja sama dengan masyarakat, dan *Door To Door* program tersendiri dari kepolisian XIII Koto Kampar. Kemudian melaksanakan kegiatan yang dapat mendukung berjalanya program kamtibmas dan berpartisipasi pada setiap kegiatan masyarakat. (Maisyarah 2015).

3. Penelitian yang dilakukan Rila Syahfalevi (2016) tentang “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Sosialisasi Pacu Jalur Menjadi Even Nasional”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Sultan Syarif Kasim Riau

Pacu jalur pernah mengalami penurunan status dari even Nasional menjadi even lokal. Namun pada tahun 2015 kembali berhasil dinaikan menjadi even Nasional. Agar penurunan tersebut tidak kembali terulang, maka pacu jalur harus selalu di sosialisasikan, dengan tujuan agar pacu jalur tetap eksis dan lebih dikenal oleh masyarakat luas baik Nasional maupun Internasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi yaitu Kepala Bidang Kebudayaan, Kepala Dinas, Sekretaris, dan Kepala Bidang Pariwisata. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi dalam sosialisasi pacu jalur menjadi even Nasional. Teori yang digunakan yaitu teori sosialisasi dan teori komunikasi massa menurut Lasswell terdiri dari : komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Kesimpulan dari hasil penelitian yaitu strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi dalam sosialisasi pacu jalur menjadi even Nasional yaitu melakukan sosialisasi Pacu Jalur melalui Kepala Dinas dalam berbagai acara formal, selain itu juga menggunakan media massa terdiri dari media cetak dan elektronik, seperti surat kabar, radio dan televisi, selain itu juga menggunakan media non masa, seperti brosur, spanduk atau baliho, serta bekerja sama dengan lembaga pemerintahan maupun lembaga swasta. (Rila Syahfalevi 2016)

Berdasarkan hasil kajian dari penelitian terdahulu yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya terdapat pada beberapa aspek Yaitu:

- a. Lokasi penelitian berbeda dengan kajian terdahulu.
- b. Permasalahan pada peneliti ini tidak ada pada penelitian terdahulu.
- c. kerangka pikir penulis beda dengan kajian terdahulu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



C. Kerangka Pikir

Untuk mengarahkan penelitian ini agar tepat pada sasaran, maka diperlukan kerangka pikir atau konsep operasional yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teori. Kerangka pikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.⁴⁵

Humas sebagai fasilitator komunikasi bertindak sebagai komunikator atau mediator dalam hal untuk membantu pihak manajemen mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi lainnya dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya kepada publik atau sebaliknya.

Dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengetahui bagaimana fungsi humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam mensosialisasikan Program Sadar Wisata Kabupaten Rokan Hulu. Maka penulis menggunakan beberapa fungsi humas.

1. Komunikator adalah seorang humas diharapkan memiliki kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung atau tidak langsung. (Komunikator lebih mengarah pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata yang melaksanakan fungsi humas dalam sosialisasi program sadar wisata).
2. *Relationship* adalah humas dapat menjalani hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan *public internal* dan *public eksternal*.
 - a. Kerja sama dalam bentuk pembritaan sosialisasi dengan menggunakan media media massa.

⁴⁵Sogiono, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2003). Hal. 128

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *Backup Managemen* adalah praktisi humas yang ditugaskan untuk melaksanakan dukungan atau penunjang kegiatan lain.
 - a. Menjalin kerja sama dengan media untuk mensosialisasikan program sadar wisata menggunakan media massa.
 - b. Adanya event-event dalam mensosialisasikan program sadar wisata
4. *Good image marker* adalah humas dituntut untuk mampu menciptakan suatu citra yang baik bagi perusahaan kepada publiknya untuk mendapatkan citra yang diharapkan.
 - a. Membuat pemberitaan tentang Program sadar wisata ke masyarakat melalui media massa.

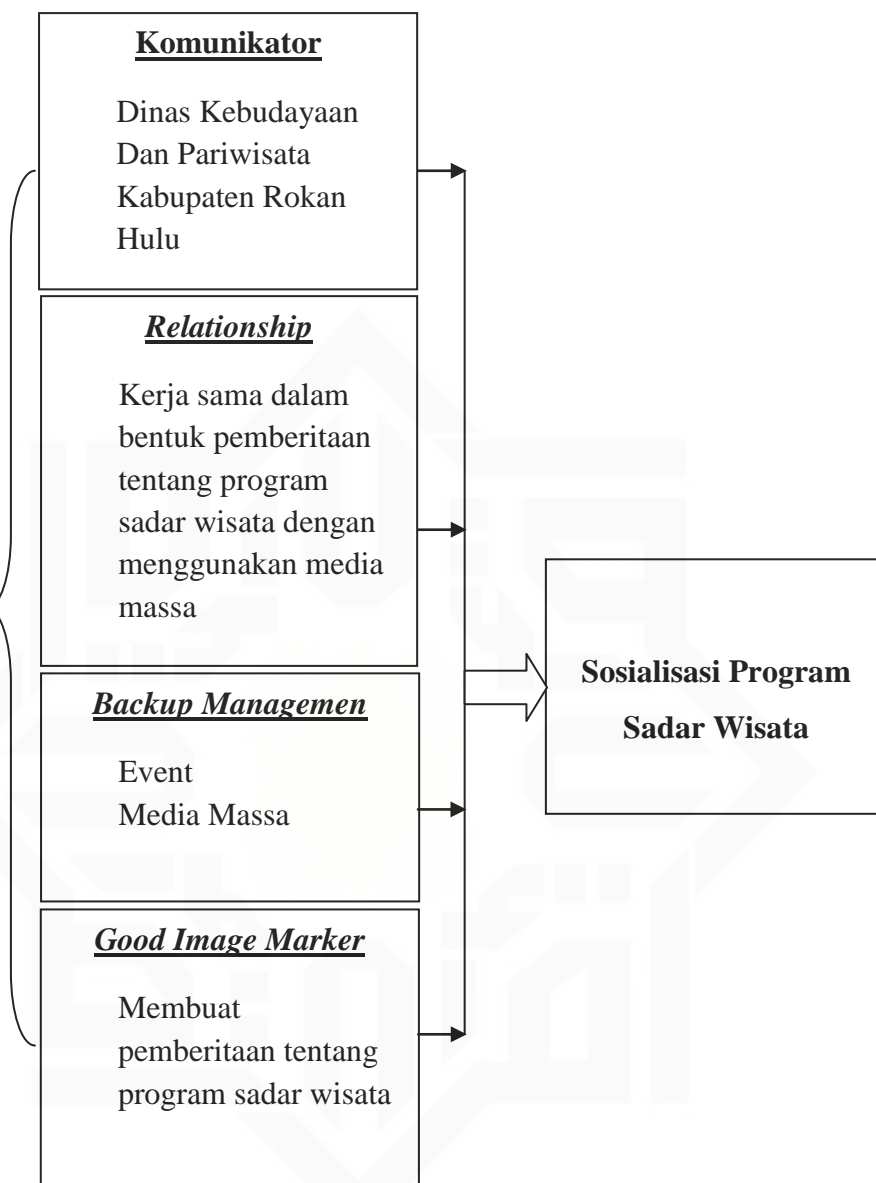
Berdasarkan pemaparan yang telah penulis kemukakan diatas, kerangka pikir yang menjadi landasan/panduan penulis didalam melakukan kajian penelitian dilapangan nantinya, tampak pada kerangka pikir dibawah ini :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelaksanaan Fungsi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu



Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Penelitian